

archivo

nº1 / 2

Memoria del arte /

memoria de los medios

nº3

El arte y lo cómico

nº4

Las muertes de las

vanguardias

nº5

Las tapas de

semanarios del siglo

XX

nº6

Estéticas de la vida

cotidiana

nº7

Objetos de la crítica

nº8

Centros y fronteras. El

cine en su tercer siglo

nº9

Dispositivos

mediáticos: los casos

de las tapas de revistas

en papel y en soporte

digital

nº10

Sobre historia y teoría

de la crítica I

búsqueda

Contacto

Comentarios

Suscripción

Memoria del arte / memoria de los medios

nº 1 / 2

dic.2003

semestral

Secciones y artículos [I. El tiempo de los medios]

Sobre cierto sentido del tiempo, o de cómo la televisión conforma la memoria

Jérôme Bourdon

 abstract
 texto integral
 notas al pie
 autor
 bibliografía
 comentarios


Abstract

Basado en un estudio sobre historias de vida de los espectadores de la televisión francesa, este trabajo presenta una tipología de los recuerdos de la televisión. 1. *Recuerdos empapelado*, referido a una espectación recurrente de programas seriados durante largos períodos de la vida. 2. *Acontecimientos mediáticos*, referido a momentos sobresalientes de la vida percibidos como eventos colectivos importantes. 3. *Recuerdos Flash*, referido a "malas noticias", eventos dramáticos recordados vívidamente. 4. *Encuentros cercanos*, referido a las interacciones en la vida real entre el mundo de los espectadores y el mundo de la televisión -por ejemplo, encuentros con las celebridades-. Situado en los enfoques sociológicos de la memoria colectiva (Halbwachs) y en un acercamiento fenomenológico a la recepción, el autor sostiene que en la mayor parte de los casos la televisión aparece como un medio de rutina, cuyos contenidos son domesticados tanto en lo cotidiano como en largos períodos de la vida. Esto promueve principalmente dos encuadres sociales, la familia y la nación, suministrando sólo raramente una conexión con el ancho mundo "global".

Palabras clave

memoria, televisión, vida cotidiana

Abstract en inglés

On a certain sense of time, or how television conforms memory

Based on a life-story survey on French television viewers of, this paper presents a typology of television memories. 1. Wallpaper memories are about recurring viewing of serial programmes as background during moments of the life-course. 2. Media Events are about major live events perceived as important collective events. 3. Flashbulb memories are about «bad news», dramatic events vividly remembered. 4. Close encounters are about real life interactions between the viewers' world and the

world of television –e.g. meetings with celebrities–. Drawing on sociological views of collective memory (Halbwachs) and on a phenomenological approach of reception, the author claims that in most cases television appears as a routine medium, whose contents are domesticated into daily life and the life-course. It fosters mainly two social frameworks, the family and the nation, providing only rarely a connection with the wider “global” world.

Palabras clave

memory, television, everyday life



Texto integral

- 1 ¿Cómo conforma la memoria la televisión? ¿Qué es lo que se recuerda? ¿Acontecimientos, lugares, personas, programas específicos? La investigación de los medios ha demostrado poco interés en estas cuestiones, y sólo por programas específicos, principalmente noticias (Barnhurst y Wartella 1998; Bourdon 1992) o períodos específicos, especialmente los primeros años de la televisión (O’Sullivan 1988). La investigación sobre noticias de la televisión ha analizado la retención a corto plazo del contenido de las noticias (Newhagen y Reeves 1992). Pero el problema más amplio de la relación entre la televisión y la formación de recuerdos no se ha abordado.
- 2 La penetración misma de la televisión en la vida cotidiana es un obstáculo importante para el estudio de su poder en la conformación de la memoria. En los países donde se ve televisión, el tiempo dedicado a ello crece constantemente. La televisión, a la que se ha llamado medio para todos los fines, se ha convertido en el único medio para todas las edades, todas las clases, mientras que el cine es el medio de los adolescentes educados, la radio es importante para adolescentes y adultos, y mucho menos para los niños y las personas de edad, y los diarios llegan principalmente a los adultos –en Francia, a los adultos educados–. En el mundo occidental, la mayoría de los ciudadanos han crecido con la televisión. En Francia, en 1997, una vasta encuesta nacional informó que el tiempo de visión semanal es de 16 horas en grupos de todas las edades con un pico de 28 horas sobre 65 (Donnat 1998:77).
- 3 La relación de la televisión con la memoria es generalmente el tema de comentarios que proponen dos modelos contradictorios: un modelo destructivo frente a otro hiperintegrativo basado en un único tipo de programa: acontecimientos de los medios. En la televisión de modelo destructivo se la ve promoviendo "el olvido, cuando busca la próxima ‘gran nota’ o nos inunda de imágenes de poca relevancia personal" (Irwin-Zarecka 1994: 16). En el modelo integrativo, se la concibe como instrumento principal en la conformación de la memoria colectiva, especialmente nacional, y a veces global: los acontecimientos televisivos en vivo tales como los funerales de los jefes de estado, las Olimpíadas o las bodas reales reciben el poder de brindar "una sensación de pasado común" que es un puente "entre la historia personal y la historia colectiva"... "a través de la asociación con cualquiera de los traumas a los que sirven de respuesta o la naturaleza excepcional de las gratificaciones que proveen" (Dayan y Katz 1992: 211-212). En síntesis, en su relación con la memoria, la televisión aparece ya sea como una importante "perturbadora" o "sostenedora" de la realidad social, para usar las palabras de Roger Silverstone (1994) y no parece haber forma de zanjar la brecha entre estos dos puntos de vista o proporcionar otros modelos de relaciones entre televisión y memoria.
- 4 Zanjar esta brecha y hacer más complejo el cuadro es lo que me propongo aquí. Como prerrequisito, debo especificar el significado que atribuyo a la idea de memoria, así como a la de recuerdos de la televisión. Luego hablaré de los resultados de mi trabajo de campo: una encuesta realizada en Francia en 1993, basada en historias de vida de televidentes. Esto me conducirá a una tipología de recuerdos televisivos que requiere un análisis de la forma en que mirar televisión está profundamente involucrado en la vida diaria.

1. Qué noción de memoria

- 5 Más allá del hecho obvio de que la memoria consiste en la acumulación de lo que la

gente recuerda, más allá de la increíble popularidad que la noción ha disfrutado en años recientes, en una variedad de disciplinas, la memoria es un concepto poco claro. Sugerimos que el complejo paisaje de la investigación sobre la memoria pueda esquematizarse usando tres pares de oposiciones: los enfoques reconstructivos/reflexivos; los enfoques colectivos/individuales; los enfoques basados en el texto/basados en los agentes sociales.

- 6 En la investigación psicológica o socio-psicológica ha tenido lugar un largo debate sobre la naturaleza reconstructiva o reflexiva de la memoria. ¿La memoria tiene el poder de reflejar lo que realmente sucedió –por ejemplo los aspectos visuales o auditivos de un acontecimiento determinado– o es siempre, en cierta medida, reconstructiva, ya sea agregando detalles al recuerdo original o cambiándolo? Creo que lo mejor es adoptar un punto de vista pragmático reconstructivo: todos los procesos de la memoria son, en cierta medida, reconstructivos, pero agregan que esta naturaleza reconstructiva no impide que el recuerdo incluya algún detalle de los datos originales recordados. No es necesario profundizar en este debate puesto que mi objetivo no es ver si la gente recuerda correctamente, sino comprender en qué categorías el investigador puede entender mejor sus recuerdos. Sin embargo, yo no me adhiero a un punto de vista radicalmente reconstructivo: los recuerdos tienen alguna relación con el acontecimiento original, al menos con su mezcla con la vida diaria del individuo en el momento de mirar.
- 7 Esto me lleva a una segunda oposición: ¿los procesos del recordar tienen lugar a nivel individual o colectivo? Maurice Halbwachs (1950, 1951) propuso la frase "memoria colectiva" y fue el primero en sostener la noción de que la memoria es siempre, hasta cierto punto, un fenómeno social, incluso cuando se la percibe como individuo; es decir, el contenido de los recuerdos –incluyendo, por ejemplo, el contenido de los sueños– siempre está afectado por nuestras diversas pertenencias colectivas o "marcos sociales" –profesionales, familiares, geográficos, etc.–. Este es un punto de vista que comparto. En lo que respecta a mirar televisión, la familia, especialmente, aparece como centro social "marco de la memoria". Gran parte del acto de mirar televisión tiene lugar –especialmente en el contexto de nuestra encuesta– en circunstancias domésticas colectivas. El análisis de los recuerdos televisivos debe tener en cuenta este elemento. En realidad, mis entrevistados mismos presentaron este punto y hablaron naturalmente sobre las circunstancias sociales de la recepción, sobre las discusiones y experiencias gatilladas por, o relacionadas con, mirar televisión, mucho más que sobre un coloquio solitario con un televisor.
- 8 Finalmente, quiero hablar sobre una tercera oposición que estructura gran parte de la investigación de la memoria: ¿surge de los textos –hablando en términos generales de los monumentos, los periódicos, los programas de televisión...– como tienden a hacer los historiadores, y a veces tienen que hacer (Confino 1997), o de informes de agentes sociales –encuestas, historias de vida, entrevistas, la conversación, etc.–, una postura favorecida por los psicólogos sociales y los sociólogos (Middleton y Edward 1990; Pennebaker 1997)? En nuestro campo el intento de usar el texto televisivo para comprender cómo conforma los recuerdos no nos permitirá clasificar la enorme cantidad de programas, a menos que lo hagamos de alguna manera arbitraria, como a menudo sucede en el mejor trabajo basado en textos de la memoria colectiva. Creo que lo mejor, especialmente para una exploración preliminar de un nuevo campo, será comenzar por los informes de los agentes sociales.

2. Investigación de la historia de vida e investigación de los medios

- 9 Para entrar en esas categorías, para ofrecer un cuadro lo más amplio posible de los recuerdos televisivos, he usado la metodología de las historias de vida. En la investigación de los medios, el renovado interés en la recepción con Morley (1986) y otros casi nunca ha tomado la forma de la investigación de historias de vida. Se sabe que las diversas etapas del curso de la vida son cruciales para explicar las variaciones cualitativas y cuantitativas en el consumo de la televisión. Morley ha insistido en que pensemos "sobre la familia en el contexto de su medio social y en el contexto de su propio ciclo de vida, es decir, la 'etapa de vida' de la familia, la edad de los hijos, etc." (Morley 1986: 24). En una encuesta basada no sólo en historias de vida sino en diarios escritos por 427 televidentes en cinco años Gauntlett y Hill (1998) han observado como las principales transiciones y cambios –ir a la universidad, casarse, divorciarse, ser despedido, etc.– son presentados por los televidentes como factores que afectan sus prácticas de mirar televisión.
- 10 La investigación de la historia de vida se ha usado, en realidad, para géneros específicos: noticias (Barhurst y Wartella 1998) y política televisada (Bourdon 1992). Esta investigación se ha ocupado de los efectos a largo plazo de la televisión en la formación de representaciones políticas. Ha dado conclusiones un poco pesimistas: el dominio de un mundo público quebrado y opaco en Estados Unidos, incapacidad de los televidentes de descifrar la política televisada en Francia. En ambos países ha demostrado que los recuerdos de acontecimientos dramáticos –en Estados Unidos la explosión del Challenger Space Shuttle en 1986– son importantes para los televidentes.

3. El trabajo de campo

- 11 Para comprender mejor la contribución de la televisión a la formación de la memoria colectiva recurrimos a historias de vida de los televidentes en Francia, a comienzos de 1993. Decidimos usar la historia de vida como metodología exploratoria flexible para abordar los recuerdos televisivos, que ofrecían la posibilidad de ganar perspectivas en la relación entre mirar televisión y una variedad de "marcos sociales de los recuerdos" (Halbwachs 1951). Se reclutaron cuarenta televidentes según la edad, nivel de educación, género y región de origen. La estratificación correspondía, en términos generales, a la de la población francesa en general. Al mismo tiempo, tuve que prestar especial atención a ciertas características socio-demográficas. Puesto que "la memoria colectiva" ha sido conceptualizada principalmente como "recuerdos nacionales", incluí siete inmigrantes que llegaron a Francia como adultos, para controlar el factor de origen nacional como un marco social potencial que afecta la formación de recuerdos televisivos. Pensando todavía en la influencia de las identidades territoriales-políticas en la conformación de los recuerdos, recluté entrevistados en París y en dos regiones provinciales de Francia –con habitantes urbanos y rurales–. Presté atención al estado civil y a las configuraciones domésticas en las que vivía la gente. A diferencia de Morley (1986) que eligió solamente "familias normales" para su encuesta sobre el acto de mirar televisión, yo incluí una variedad de situaciones: adultos jóvenes que vivían solos, viudos, divorciados y padres o madres solos formaban casi medio panel. Además, puesto que en gran parte de la investigación de comunicación "etnográfica" se supone que la familia es un factor importante para explicar los procesos de recepción, era importante saber qué sucedía cuando no había familia. ¿Qué sentido de pertenencia colectiva expresaban los individuos cuando no había una verdadera familia a su alrededor? Basándome en Halbwachs, mi hipótesis fue que la familia seguía siendo un marco importante puesto que es el principal marco social basado en el hogar para mirar televisión.
- 12 Mi encuesta trató de obtener historias de vida comenzando con la clave:
- "¿cuáles son sus primeros recuerdos de la televisión?". Después de una primera entrevista siguiendo los recuerdos televisivos en todo el curso de la vida en forma a la vez cronológica y asociativa, vimos por segunda vez a los sujetos con un estímulo específico: se les pidió que ojearan una muestra sobre programas de televisión ilustrados relacionada con el período en que el sujeto estuvo expuesto a la televisión. Usé este estímulo no sólo con la esperanza de que nombres e ilustraciones pudieran evocar recuerdos dejados de lado en la primera entrevista, sino también porque en la investigación experimental de la memoria las imágenes y fotografías son consideradas como "excelentes índices de búsqueda" (Lieury 1989: 116).
- 13 Los recuerdos de mis entrevistados como los de la mayoría de los televidentes europeos de la época, provendrán principalmente de un pequeño número de canales recibidos en un único televisor en cada hogar. Hasta 1987, la televisión consistía en tres canales públicos –TF1, privatizado en 1986, Antenne2, y FR3–. No se podía interrumpir los programas con avisos. El canal *Plus*, un canal pago de películas y deportes creado en 1984, y M6, un canal de ficción y música creado en 1986, necesitaron algunos años para llegar a una audiencia significativa. En 1991 (Médiamétrie 1991), sólo el 25% de los televidentes poseía un segundo televisor; el tiempo promedio de mirar televisión para individuos a partir de los 4 años de edad era de 3 horas y 18 minutos; como en otros lugares, el desempleo y la edad explicaban las principales variaciones entre los televidentes: los desocupados miraban 4 horas, versus 2 horas 44 minutos para los que tenían empleo; los televidentes de cincuenta años en adelante miraban 4 horas y 16 minutos, mientras que los que tenían entre 15 y 25 años sólo miraban 2 horas y 20 minutos.
- 14 El siguiente cuadro resume las características de nuestra población.

Número total:	40
Género:	igualmente distribuido
Grupos de edades:	15-19: 5, 20-24: 5, 25-34: 6, 35-44: 6, 45-54: 6, 55-64: 6, 65+: 6.
Lugar de residencia:	París y suburbios: 10. Pequeña ciudad provinciana y su región: 15. Ciudad provinciana grande y su región: 15. CSP+ (categorías socio-profesionales más altas, aproximadamente ABC1): 9. Educación superior: 8. Inmigrantes (en Francia durante por lo menos 5 años): 7.

4. Una gramática de recuerdos televisivos: empapelados, acontecimientos mediáticos, flashes, encuentros cercanos

- 15 Para comenzar, una observación general y fundamental. Los televidentes recuerdan muy pocos programas específicos con sus títulos. Texto y contexto, pantalla y sociedad, o, para dar ejemplo específicos, un conductor muy conocido y toda la familia comiendo, un acontecimiento mediático y una conversación sobre eso, alguna mala noticia y el llamado telefónico que la seguía... Todo esto es recordado como inseparable. En síntesis: lo que se recuerda no son programas sino interacciones con el mundo de la televisión, que pueden tener lugar en el momento de mirar –recordar el noticiero que acostumbraba verse en una cierta época de la vida– pero también más tarde. Por eso es que *recordar la televisión* de ninguna manera es sinónimo de *recordar mirar televisión*. Recordar la televisión puede incluir recordar juegos de niños inspirados por la televisión, conversaciones sobre celebridades de la televisión, encuentros inesperados con una estrella famosa en un lugar público, que llega existir a través de la pantalla del televisor, pero genera muchas más interacciones que el simple acto de mirar.
- 16 Por lo tanto basaré la presentación de mis resultados en una tipología de interacciones con el mundo de la televisión, que tiene en cuenta la variedad de interacciones sociales como tales. Puesto que mi artículo es sobre la televisión en general, he tratado de obtener lo que es general y común para diferentes categorías de televidentes, de manera que las diferencias no se consideren como tales. He dejado aparte sistemáticamente dos categorías de memorias. 1. Los recuerdos de los televidentes mayores sobre los comienzos de la televisión, y la lenta aceptación de "la caja" en el hogar, que por cierto suscitan problemas interesantes, han sido tratados en diferentes encuestas (O'Sullivan 1988; Van Zoonen y Wieten 1994). 2. Los recuerdos de la televisión como institución –leyes, reformas– que, como se advirtió claramente en una encuesta británica (Gauntlett y Hill 1998: 284), son completamente marginales comparados con los recuerdos vinculados con el contenido de la televisión. Son importantes solamente para gente políticamente motivada a comentarlos. Los televidentes de nuestra encuesta se relacionan principalmente con la televisión como aparato doméstico que brinda imágenes y sonidos. Propongo clasificar los recuerdos televisivos en cuatro categorías: empapelados, acontecimientos mediáticos, flashes, encuentros cercanos.
- 17 Los empapelados son los únicos recuerdos de hábitos y rutinas, no de acontecimientos individuales independientes como las otras tres categorías¹¹. La metáfora del empapelado sugiere el fondo de largos períodos de vida así como una relación distante con ella. Aunque no son necesariamente sobre una manera de mirar distraída, distante, los recuerdos de empapelado sin duda están menos cargados de emociones que los otros tipos de recuerdos, aunque estén relacionados. Esos recuerdos a menudo surgen con la ayuda del estímulo de las revistas de programas, aparentemente porque están "inactivos". Los televidentes olvidan los viejos programas de rutina como los empapelados viejos, se acostumbran a los nuevos que se convierten en parte de lo previsible en el paisaje doméstico, hasta que descubren un viejo pedazo del empapelado en el subsuelo y empiezan a recordar qué diferentes eran las cosas en otra época. A las entrevistas sobre recuerdos de empapelado se les asignan momentos en el día o en la semana que no cambian en períodos significativos de tiempo –varios meses y generalmente más–. El televisor está en cierto lugar, ciertos miembros de la familia se reúnen cierto programa a cierta hora del día, ciertos días de la semana. Cuando decimos "familia" no nos referimos solamente a las personas relacionadas por sangre o matrimonio, sino a la comunidad de personas "que comparten el mismo techo" (Lull 1988: 10). Bajo este techo la televisión proporciona un fondo familiar que no parece cambiar, especialmente los espectáculos diarios de larga duración con formato rígido. Los televidentes hablan de las circunstancias domésticas mientras los miran, la personas con quienes están –que pueden impedir que uno los mire o estimularlo para que los mire–, las cosas que tienen que hacer en el momento del programa.

"Cuando empezaba *Santa Bárbara* yo todavía estaba en la escuela secundaria (...), cada vez que llegaba, alrededor de las 7 de la tarde, encontraba a todos mirando *Santa Bárbara*. Lo recuerdo porque yo sentía que tenía que seguir todas esas historias que me parecían tontas al principio, pero una vez que uno se involucra, y cuando toda la familia está involucrada, pasan rápido, y uno se queda pegado al televisor" (hombre, 34).

- 18 A veces el consenso es claro: algunos programas parecen reunir a la familia de manera natural. Entonces la sensación de placer comunitario llega al máximo.

"Ah, quería decirle que la serie que mirábamos todos los domingos cuando los chicos eran adolescentes y que nos divertía tanto es *The Invaders*, se lo pregunté a mi hija" (mujer, 67, viuda, vive sola – segunda entrevista).

- 19 Hace mucho tiempo que los investigadores de la recepción insisten en que "los patrones cambiantes del acto de mirar televisión sólo pueden comprenderse en el contexto general de la actividad de ocio de la familia". (Morley 1986: 13). Morley trabajaba solamente con patrones semanales o diarios. Pero los cambios en los hábitos de mirar televisión están asociados con cambios importantes en el ciclo de la vida. Ser un chico, llegar a la mayoría de edad, separarse de los padres, casarse,

- divorciarse, perder al cónyuge: todos estos cambios son naturalmente evocados por los televidentes cuando piensan en los cambios en los hábitos de mirar televisión. Así, en una entrevista, "mirar televisión de tipo chisme" tiene que ver con ser una madre atareada, y "mirar televisión con más tranquilidad" con ser la madre de hijos grandes.
- 20 Una parte crucial del contenido de la memoria de empapelado son los caracteres que regularmente participan en los programas de televisión. "Los amigos mediáticos" (Meyrowitz 1994) parecen ser una parte mucho más importante del contenido de la televisión que el mundo externo extranjero. Los recuerdos mediáticos son principalmente sobre celebridades específicas de la televisión: sobre los animadores, los periodistas y, mucho más escasamente, los comediantes. Cada entrevistado cita más personalidades –y entre ellas una mayoría de animadores y presentadores– que títulos de programas. Los animadores de televisión, en particular, son centrales en los recuerdos de empapelado, con todos los rasgos específicos de su imagen pública (Chalvon y Pasquier 1988). Son una variedad muy nacional y masculina de celebridad. Muchos televidentes están sumamente familiarizados con la biografía fuera de pantalla de los animadores de televisión: saben quiénes son sus compañeros, sus hijos, sus cónyuges, sus relaciones con otras celebridades –especialmente con quienes los apoyaron o los lanzaron–. No evocan la fascinación, más bien un leve vínculo con un viejo amigo de la familia. Algunos televidentes discurren abundantemente sobre la historia de la relación, como predijeron Horton y Wohl (1986) hace mucho tiempo. La celebridad ha "estado con nosotros", nos ha "dejado", ha "vuelto". A veces sugieren una relación más personal: "nos ha apoyado", nos ha "brindado su sentido del humor".
- 21 Contra este fondo de rutina también aparecen los recuerdos de acontecimientos específicos. Así es el segundo tipo en nuestras tipologías: acontecimientos mediáticos. Los informes sobre los principales acontecimientos mediáticos de los televidentes confirman las hipótesis de Dayan y Katz (1992) sobre el impacto de este "género". Los recuerdos de los acontecimientos mediáticos incluyen narrativas detalladas, no tanto del acontecimiento mismo como del proceso de recepción y las emociones gatilladas en los televidentes en ese momento. En esos recuerdos, son prominentes los héroes no televisivos de los deportes o la política; y los televidentes expresan su admiración y su vínculo con ellos no como compañeros inmóviles de la vida, sino como héroes de leyenda que la sociedad reverencia.
- 22 Para los televidentes que no nacieron con televisión, y que tienen recuerdos de la entrada de la televisión en la casa, los primeros recuerdos de la televisión a menudo están asociados con acontecimientos mediáticos: la coronación de la reina Isabel II en 1953 –cuatro casos–, un discurso de DeGaulle –nueve casos– a comienzos de la década del sesenta, los primeros pasos del hombre en la luna –seis casos–. Los ejemplos de acontecimientos mediáticos de las décadas del 70 y 80 consisten en acontecimientos deportivos importantes y, especialmente, debates políticos preelectorales entre candidatos a la presidencia. Finalmente, los acontecimientos de caridad nacional –con programas especiales– son mencionados ocho veces –el primer caso ocurre en 1959–.
- 23 Los acontecimientos mediáticos parecen ofrecer los mejores ejemplos de la capacidad de la televisión para estimular la formación de una identidad global o una memoria global. Sin embargo, esta postura debe ser refutada por diversos motivos. En primer lugar, la mayoría de los acontecimientos mediáticos mencionados son nacionales: los debates y discursos políticos, la mayoría de los funerales de las celebridades, los acontecimientos de caridad, tienen que ver con personalidades francesas y son transmitidos a nivel nacional. El deporte, como es bien sabido, nunca carece de implicancias nacionales, a pesar de su difusión internacional: la mayor parte de los televidentes recuerdan acontecimientos importantes con equipos o campeones nacionales involucrados, y citan nombres de campeones nacionales cuando se refieren a los acontecimientos deportivos.
- "La final de la Copa Europea, hace unos diez años, por supuesto, fue algo fantástico; la tensión cuando perdimos con los alemanes en el último minuto... Yo realmente me puse histérico (...). Estábamos de vacaciones con un grupo de amigos y nos divertimos mucho" (Hombre, 34).
- 24 En segundo lugar, cuando los acontecimientos mediáticos se transmiten más allá de un país, generalmente son percibidos como ambiguos: emanan de una nación distinta, o de una región distinta, y también podrían tener un significado potencialmente universal.
- "Algo que fue magnífico en televisión, es el día en que Sadat entró en la Knesset y habló sobre la paz. Nunca he visto nada tan hermoso en televisión. Era como ver historia medieval en vivo (...). Era un gesto, era humano, por supuesto era entre judíos y árabes, pero también era universal" (Hombre 67).
- 25 El recuerdo de malas noticias escuchadas repentinamente es nuestro tercer tipo, que denominé "recuerdos flash", como los psicólogos (Brown y Kulik 1977) que usaron la metáfora para describir "el recuerdo detallado de un acontecimiento importante que parece persistir sin cambios a través de muchos años" (Winograd 1994: 289); este acontecimiento importante es público y traumático. Para los norteamericanos, el ejemplo paradigmático es el asesinato del presidente Kennedy. Modifico levemente el significado de la frase. No sé si el recuerdo *persiste sin cambios*. No advertí que fuera

- particularmente detallado. Por el contrario, la narración del acontecimiento y su recepción no es particularmente larga si se la compara con otros recuerdos en las entrevistas. Pero es notablemente vívida e intensa, y de allí la relevancia de la metáfora.
- 26 No todos los recuerdos que yo llamo *flashes* son tan dramáticos como el asesinato de un presidente, pero todos tienen el poder de evocar fuertes emociones. El programa evocado es una noticia, o un flash noticioso especial –a menudo por radio, más tarde suplementada por la televisión–, como es el caso, en la investigación de Barnhurst y Wartella (1998), los primeros recuerdos de los estudiantes norteamericanos acerca de las noticias por televisión. Hablando de su reacción, la gente usa principalmente la primera persona del singular: "recuerdo, estaba consternado"; mientras que en los recuerdos de empapelado predomina el "nosotros". Algunos de estos recuerdos son también sobre celebridades, las mismas figuras públicas que participan en algunos acontecimientos mediáticos. Están asociados en este caso, sin embargo, no con la reparación o el desagravio, sino con escándalos, con accidentes y con las muertes generalmente inesperadas de líderes importantes.
- "Entonces lo principal, para mí, el verdadero comienzo, en todo caso lo primero que recuerdo, es el asesinato de Kennedy (...) El auto avanzaba, y algunos guardaespaldas corrían junto al auto, de pronto lo mostraron desplomado, Jackie, se agarraba la cabeza y después, no sé cómo lo hizo, se subió al baúl, y después recuerdo imágenes del funeral, pero no son muy claras" (Hombre, 57)
[Nota del autor: el funeral de Kennedy no se transmitió en vivo en Francia, sólo se dio en los noticiosos y en los programas de actualidades].
- 27 Aunque la narración de estos acontecimientos es emocional, nuestras entrevistas demuestran claramente que el drama no es tan fuerte como un drama personal, como lo observaron muchos autores. En su análisis del poder de los medios para contribuir a la formación de la memoria colectiva bajo el título "memoria instantánea", Irwin-Zarecka advierte que "La experiencia mediatizada no es la nuestra, la experiencia vicaria puede no ser tan agradable ni tan trágica como la real" (Irwin-Zarecka 1994: 165).
- 28 Todos los ejemplos de recuerdos mencionados hasta ahora pueden encontrarse en otras encuestas sobre la recepción de la televisión. Los nombres de las metáforas que he usado (acontecimientos mediáticos, flashes, empapelado) fueron tomadas de otros lugares, aunque yo las haya redefinido. No es el caso para el cuarto tipo que propongo llamar "encuentros cercanos". Los recuerdos de encuentro cercano son los de contactos reales entre el mundo real de los personajes de la televisión y el mundo de los televidentes. Se centran alrededor de tres tipos de experiencias: participar en un show, ver a un familiar o conocido en la televisión y encontrar a una personalidad de la televisión en la vida real.
- 29 Inicialmente, todos estos acontecimientos conciernen a una única persona, generalmente el entrevistado mismo, a veces a un familiar o amigo íntimo –"Me invitaron a participar", "Mi hermano ganó en este espectáculo de juegos"–. Esto no significa que no puedan afectar a una comunidad ("estábamos todos tan entusiasmados", "Toda la familia estaba mirando". Siempre hay un sentido de trasgresión: se construye un puente entre dos espacios que generalmente no están relacionados. Un puente, o una escalera: para las narrativas de recuerdo de encuentro cercano, generalmente implica que el mundo de la televisión está "arriba", en algún lugar del Olimpo, opuesto a nosotros, televidentes comunes, que estamos abajo, en el mundo corriente.
- 30 El tipo más fuerte de encuentro cercano es el recuerdo de estar verdaderamente como miembro del público, o, mejor aún, como opositor o participante. Encontré tres casos de este tipo de participación, narrados con gran emoción por gente de clase social más bien baja. Incluso años después del acontecimiento, expresan gratitud a las celebridades que hicieron posible su actuación. Uno de ellos llama "señor" al director del programa adonde fue invitado, y esto es excepcional: las personalidades de la televisión generalmente se mencionan con más familiaridad.
- Yo tenía doce años y, junto con otros seis alumnos de mi escuela, nos invitaron al programa del señor Jacques Martin [Nota del autor: animador de un programa de la tarde durante más de veinte años]. Siempre recordaré la llegada a los estudios, el descubrimiento del set, el personal que era tan amable, el honor de encontrarme con tanta gente famosa (...)" (Hombre, 35).

5. La memoria colectiva y la televisión: familia y nación

- 31 En la tipología de los recuerdos televisivos que he presentado, elegí concentrarme en los aspectos temporales y específicamente televisuales de esos recuerdos: género, contenido, lugar ocupado en la vida cotidiana y en la biografía de los individuos. Ahora desearía resumir lo que pertenece al "campo" social, por así decirlo, de los mismos recuerdos. ¿Qué marcos sociales realzan: los grupos primarios, los grupos sociales más grandes, o ambos? ¿Qué conclusiones podemos extraer sobre el poder de la televisión para dar forma a los recuerdos en general, o tal vez sólo en circunstancias históricas específicas?
- 32 La referencia explícita a los marcos sociales en las memorias de empapelado es sumamente clara: es principalmente la familia. En la mayoría de sus memorias

televisivas, los televidentes recordaban mirar en familia, hablar del programa en familia. Esto se aplica a todo tipo de recuerdos: los de empapelado, pero también los acontecimientos mediáticos en reuniones de familia, flashes de los que más tarde se habla en familia, encuentros cercanos que eran importantes especialmente porque los que estuvieron en contacto con el mundo de las celebridades experimentaron un cambio simbólico –al menos temporario– con su entorno social inmediato. Incluso para los televidentes solitarios, la familia no desaparece completamente. Podríamos decir que la familia es el horizonte social imaginario del televidente solitario. En ese sentido los recuerdos del que mira televisión en soledad tienen un fuerte carácter emocional, como si los solitarios recordaran constantemente su condición por la presencia del aparato. Mirar televisión solo es algo poblado de fantasmas: los fantasmas de los familiares ausentes (o imaginarios) con quien uno desea compartir la experiencia.

33 La razón por la cual la familia es tan importante en la memoria de la televisión podría explicarse por la importancia del contexto doméstico de la recepción, como hemos señalado de acuerdo con Silverstone. También tiene un aspecto sociológico.

"La razón por la que recordamos ciertos acontecimientos, y la diferencia en los recuerdos del grupo, se ha explicado, entre otras cosas, por una cualidad del acontecimiento llamada 'de compartir'. Si un acontecimiento resulta ser el campo común para un análisis del grupo, refuerza el proceso de recordar (a pesar de otros factores que estimulan el recordar, por ejemplo lo único del acontecimiento, su capacidad de generar emoción, etc)" (Gaskell y Right, 1997: 178).

Traducción de Domin Choi



Notas al pie

1. Por lo menos desde Bergson (1970 [1919]), la distinción entre recuerdos de rutina y recuerdos de acontecimientos es muy conocida para los investigadores de historias de vida. (volver al texto)



Bibliografía

Barnhurst, K. G. and Wartella, E. (1998) "Young Citizens, American TV newscasts and the Collective Memory", *Critical Studies in Mass Communication*, 15, 279-305.

Bergson, H. (1919) *Matter and Memory*. London: Allen and Unwin, 1970.

Bourdon, J. (1992) "Television and political memory", *Media, Culture and Society*, 14, 541-560.

Brown, R. and Kulik, J. (1977) "Flashbulb Memories", *Cognition* 5, 73-99.

Chalvon, S. y Pasquier, D. (1988) *Drôles de stars*. Paris: Aubier.

Claverie, E. (1990) "La Vierge, le Désordre, la Critique", *Terrains* 14, 60-75.

Confino, A. (1997) "Collective Memory and Cultural History: Problems of Method", *The American Historical Review*: 102-5, 1386-1403.

Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media Events. The live broadcasting of history*. New York: Harvard University Press.

Donnat, O. (1998) *Pratiques Culturelles des Français. Enquête 1997*. Paris: La Documentation Française.

Gaskell, G. D. and Wright, D. B. (1997) "Group Differences in Memory for a Political Event". En James W. Pennebaker, D. Paez and Bernard Rime, *Collective Memory of Political Events. Social Psychological Perspectives*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Gauntlett, D. and Hill, A. (1998) *TV Living*. London: Routledge.

Halbwachs, M. (1950) *The collective memory*. New York: Harper and Row, 1980.

— (1925) "The social frameworks of memory", en *On Collective Memory*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

Horton, D. y Wohl, R. (1956) "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance" en G. Gumpert and R. S. Cathcart (eds) *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. New York : Oxford University Press. 185-206, 1986.

Irwin-Zarecka, I. (1994) *Frames of Remembrance. The dynamics of collective memory*. New Brunswick: Transaction.

Lieury, A. (1989) "Oubli et traitement de l'information en mémoire". *Communication* 49, 113-124.

Lull, J. (ed.) (1988) *World families watch television*. London: Sage.

Meyrowitz, J. (1994) "The Life and Death of Media Friends. New Genres of Intimacy and Mourning" en S. J. Drucker and R. S. Cathzart (eds) *American Heroes in a Media Ag*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press. 62-81.

Meyrowitz, J. (1995) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.

Middleton, D. y D. Edwards (eds) (1990) *Collective Remembering*. Londres: Sage.

Médiamétrie (1991) *Le Livre de l'Audience*. Paris.

Morley, D. (1986) *Family Television*. London: Comedia.

Newhagen, J. E. and B. Reeves (1992) "The Evening's Bad News: Effects of Compelling Negative Television News Images on Memory", *Journal of Communication* 42 (2), 25-42.

Pennebaker, P.W., Paez, D., and Rime, R. (eds) (1997) *Collective Memory of Political Events. Social Psychological Perspectives*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

O'sullivan, T. (1988) "Television Memories and Cultures of Viewing 1950-65" en J. Corner (ed.), *Popular Television in Britain*. London: British Film Institute. 158-181.

Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*. London: Routledge.

Van Zoonen, L. y J. Wieten (1994) "It wasn't exactly a miracle: the arrival of television in Dutch family life", *Media, Culture and Society* 16, 641-659.

Winograh, E. (1994) "Naturalistic Approaches to Memory Study" in P. Morris and M. Greneberg (eds) *Theoretical Aspects of Memory* (2nd ed.). London: Routledge.



Autor/es

Jérôme Bourdon Se diplomó en el Institut d'études Politiques, Paris, 1979. programa del doctorado (Diplôme d'études approfondies) en Semiótica y Lingüística, École des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 1984. PhD en Historia Contemporánea, Institute d'études politiques, Paris, 1988.

Senior Lecturer en el Departamento de Comunicaciones, Universidad de Tel Aviv, desde 1997.

Anteriormente investigador del Institut national de l'audiovisuel, Paris. Principales publicaciones: *Haute Fidélité: Pouvoir et télévision 1935-1994*. Paris: Seuil, 1994. *Introduction aux médias (Segunda edición actualizada)*. Paris: Montchrestien, 2000 (Traducción al italiano: Il Mulino, 2000)

heromeb@post.tau.ac.il

<http://www.revistafiguraciones.com.ar>
Instituto Universitario Nacional de Arte - IUNA Crítica de Artes
Yatay 843 (C1184ADO) Ciudad Autónoma de Buenos Aires 54 011 4861.0324



Realizar comentario

Comentario

Nombre y apellido

E-mail

Referencias personales (opcional)

Enviar